干旱区地理
ARID LAND GEOGRAPHY

doi:10.12118/j.issn.1000-6060.2019.02.20

内蒙古入境旅游目的地竞争力空间格局特征与影响因素①

李文龙[1,2]， 吕 君[3]， 王 珊[2]

（1 西北大学城市与环境学院，陕西 西安 710127； 2 内蒙古财经大学资源与环境经济学院，内蒙古 呼和浩特 010070； 3 内蒙古财经大学旅游学院，内蒙古 呼和浩特 010070）

摘 要：入境旅游作为我国文化传播与交流的重要载体对于我国文化建设与产业发展不可或缺；以内蒙古89个县域为研究对象，从资源吸引力、产业实力、接待组织能力三个维度构建评价框架与指标体系，运用模糊层次分析法、函数模型法、ArcGIS Voronoi图分析、障碍度模型等方法，对入境旅游竞争力进行研究。研究结果表明：（1）研究区入境旅游资源吸引力与产业实力呈现出西部高于东部、东部高于中部的空间格局，组织接待能力空间呈现破碎化特征。（2）竞争力呈现西部高于东部、东部高于中部的空间格局，且竞争力较强的县域多分布在内蒙古边缘区。（3）强竞争力与较强竞争力县域在呼和浩特、包头、鄂尔多斯和赤峰、通辽、锡林浩特形成两大竞争力集聚区。（4）准则层中障碍度指数由大到小排名为：旅游资源吸引力，旅游产业实力，旅游接待能力；指标层障碍度来看，位于前5名的单项指标分别是：旅游资源质量，旅游外汇收入，旅游经济联系强度，住宿餐饮业从业人员数量，国际旅行社数。（5）旅游资源吸引力与旅游组织接待能力相差悬殊是造成内蒙古入境旅游目的地旅游竞争力不平衡的主要原因，旅游产业实力差异加剧了竞争力的差异化。

关 键 词： 入境旅游；旅游竞争力；空间格局；障碍度；内蒙古

文章编号： 1000-6060(2019)02-0404-10(0404~0413)

旅游目的地是旅游活动的重要载体，目的地竞争力大小对地区旅游业发展具有重要作用。随着经济全球化进程不断加快，世界性旅游竞争市场的逐步形成，旅游目的地竞争力的培养与提升已成为地区旅游经济发展战略的重点内容。旅游目的地竞争力评价研究始于20世纪90年代，CROUCHI I提出了旅游目的地竞争力“钻石模型”，认为旅游目的地竞争力是一个地区创造附加价值，增加当地财富的能力。这种能力通过管理资产与进程、吸引力与进攻性等要素，并在一个经济与社会可持续发展模型范围内使其关系融为一体而得以形成[1]。DWYER（2004）从相对优势与价格竞争力、战略与管理、历史与政治文化、WEF与WTTC开发的国家竞争力指标四个角度提出竞争力是一个多尺度概念，并指出一个旅游目的地对于潜在旅游者的总体吸引力若能优于其它替代性目的地，就可获得竞争优势[2]。国外关于旅游竞争力的研究，主要集中在旅游竞争力指标体系构建、旅游可持续竞争力模型与旅游目的地竞争力比较与实证分析[3]。国内学者主要从国际、省际、城市的角度对地区旅游竞争力的理论框架、定量分析、发展模式[4-7]等内容进行研究，认为决定旅游目的地竞争力的因素主要有旅游吸引物特征、需求条件、产业管理、支持产业、人力资源、区域竞争、技术创新等方面[8]，也有部分学者尝试运用旅游场理论[9]、共生理论[10]、系统动力学理论[11]探讨区域旅游空间竞争、区域旅游竞合模式及旅游产品价格竞争等问题，如建立城市旅游竞争力评价模型，运用聚类分析法对长三角与珠三角各城市的旅游竞争力进行评价[12-14]。纵观以上研究，研究对象多集中于跨国际、跨省市等大尺度上旅游竞争力的研究，研究结论对于实践指导性不强，而对于区域内部小尺度微观层面旅游竞争力的研究较少；研究成

① **收稿日期：**2018-03-28； **修订日期：**2018-05-21
基金项目：国家社会科学基金青年项目(17CGL024)
作者简介：李文龙(1986-)，男，内蒙古赤峰市人，博士研究生，讲师，研究方向社会生态系统演变与旅游地理学
E-mail：nmgliwenlong@126.com

果多数局限于区域旅游竞争力综合得分与排序状况、竞争力类型划分、竞争力提升策略等方面,鲜见对竞争主体之间的空间结构、特征的分析与总结,以及竞争机制等问题的剖析[15]。因此,本文基于微观县域视角以内蒙古自治区 89 个县域(内蒙古包含 102 旗县区,但市区所辖各区相似性较强,因此,将市区视为一个县域单元,计算共有 89 个县域单元)为研究对象,运用模糊层次分析法、函数模型法、ArcGIS Voronoi 图分析及障碍度模型等方法,对内蒙古县域入境旅游竞争力空间结构特征进行分析与总结,对其竞争机制进行梳理,并提出内蒙古地区入境旅游业发展的对策与建议。

1 研究区概况

内蒙古横跨东北、华北、西北,毗邻八省区,与俄罗斯、蒙古国交界,边境线长约 4 200 km[16];全区设有 9 市 3 盟,102 旗县区,总面积为 118.3×10^4 km^2[17]。随着“一带一路”国家战略的推进、“中蒙俄经济走廊”建设,内蒙古入境旅游业得到快速发展;2016 年内蒙古地区接待入境旅游者 177.91×10^4 人次,同比增长 10.65%;入境旅游创汇 11.39×10^8 美元,增长 18.4%,入境旅游业发展势头迅猛;从 2015 年至今,内蒙古累计接待蒙古国游客 169.8×10^4 人次,接待俄罗斯游客 111.4×10^4 人次,分别占中国接待蒙古国、俄罗斯入境游客的 80% 和 32%[18-19]。

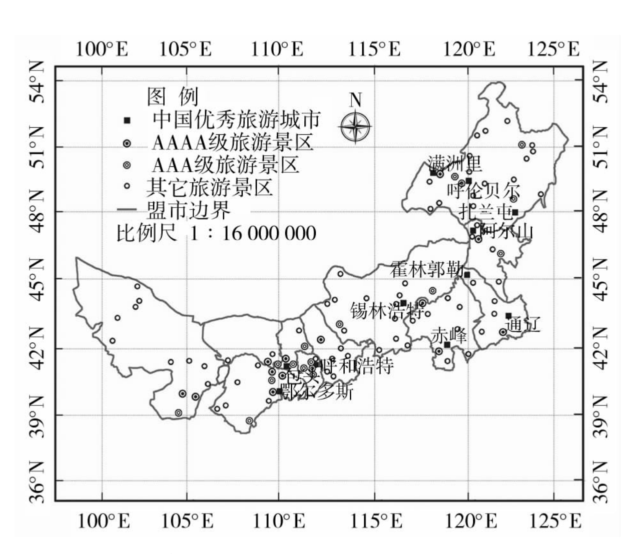


图 1 内蒙古中国优秀旅游城市及旅游景区分布

Fig. 1 Distribution of excellent tourist cities and scenic spots in Inner Mongolia

2 研究思路与数据

2.1 入境旅游目的地竞争力评价框架

基于入境旅游目的地竞争力视角,旅游目的地多被理解为关于旅游资源、旅游产业和旅游接待能力的函数[20-21],其中,旅游资源吸引力是旅游目的地形成和产生的重要根源[22];旅游产业发展能力是旅游目的地旅游市场与旅游经济发展的状态;旅游组织接待能力直接影响旅游者在旅游活动期间生活需要的满足程度[20],基于此,本文基于旅游资源吸引能力、旅游产业发展能力和旅游组织接待能力 3 个维度,构建入境旅游目的地竞争力评价框架(图 2),通过测度研究区各研究单元旅游资源吸引程度、旅游产业发展状态及其面对入境旅游业的发展而呈现出的组织接待能力,进而对内蒙古 89 个县域入境旅游竞争力进行综合评价。

2.2 评价指标体系构建

旅游资源吸引力程度反应研究单元获取外国游客产生旅游动机的机会大小,可通过旅游资源的质量、旅游资源丰富度及重要节庆个数来进行测度;旅游产业实力反映研究单元旅游经济、旅游市场发展及完善程度,取决于评价单元旅游业发展特征,可以由海外游客数、旅游外汇收入、星级宾馆营业额、旅游经济联系强度等内容进行测度[23];旅游组织接待能力是研究单元能够承载入境旅游活动的能力,取决于旅游目的地拥有的旅行社数量、饭店数量以及交通等基础设施完善水平等内容。综合相关研究成果[24-27],基于县域微观视角,依据指标体系建立原则及数据获取的难易程度,构建了内蒙古入境旅游目的地竞争力评价指标体系(表 1)。

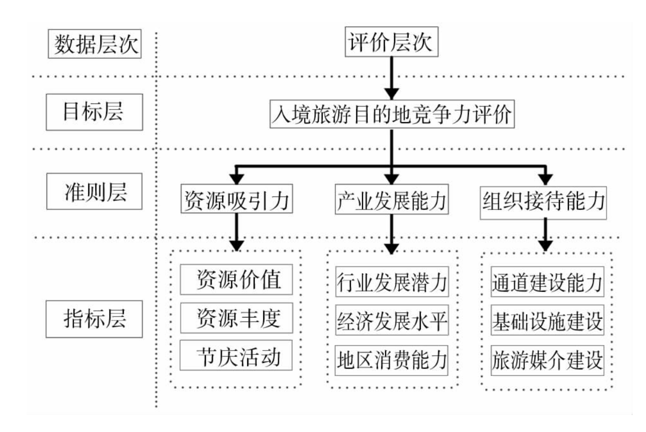


图 2 竞争力评价框架

Fig. 2 Competitiveness evaluation framework

表 1　竞争力评价指体系

Tab. 1　Competitiveness evaluation index system

目标层	准则层	权重	指标层	单位	指标权重	指标性质
内蒙古入境旅游竞争力评价（D）	A 旅游资源吸引力（+）	0.431 0	A_1 旅游节庆个数	个	0.100 0	+
			A_2 旅游资源质量	分	0.200 0	+
			A_3 旅游资源丰度	个·km^{-2}	0.100 0	+
	B 旅游产业实力（+）	0.310 0	B_1 海外游人（含一日游）数	人次	0.066 2	+
			B_2 旅游外汇收入	10^4 USD	0.049 0	+
			B_3 星级住宿业营业额	10^4 元	0.032 3	+
			B_4 旅游经济联系强度	–	0.022 6	+
			B_5 恩格尔系数	–	0.029 8	+
	C 旅游接待能力（+）	0.259 0	C_1 国际旅行社数	个	0.045 5	+
			C_2 星级饭店数	个	0.032 2	+
			C_3 住宿餐饮业从业人数	10^4 人	0.045 5	+
			C_4 铁路客运量	10^4 人	0.025 6	+
			C_5 公路客运量	10^4 人	0.025 6	+
			C_6 航空客运量	10^4 人	0.025 6	+

注：“+”表示指标与上一层指标呈正相关

2.3　数据来源及标准化

2.3.1　*数据来源*　研究数据为2016年各县域社会经济统计数据、旅游发展数据及空间矢量数据等。社会经济统计数据来源《中国县（市）社会经济统计年鉴2017》、《内蒙古县域统计年鉴2017》、《内蒙古旅游便览2016》、《内蒙古A级旅游景区名录（2016）》，以及各地县（市）国民经济和社会发展统计公报、统计年鉴等；空间数据来源于国家基础地理信息网（http://ngcc.sbsm.gov.cn/）提供的矢量化数据。

2.3.2　*数据标准化处理*　运用Min-max方法对原始数据进行处理[28]：

功效性为正指标：

$$N_{ij} = [x_{ij} - x(i,min)] \Big/ [x(i,max) - x(i,min)] \quad (1)$$

功效性为负指标：

$$N_{ij} = [x(i,max) - x_{ij}] \Big/ [x(i,max) - x(i,min)] \quad (2)$$

式中：N_{ij}为各指标去量纲后的值；x_{ij}为去量纲前的指标的值；$x(i,max)$表示该指标最大值、$x(i,min)$表示该指标最小值。

2.3.3　*权重的计算*　模糊层次分析法（FAHP）是在层次分析法（AHP）之上，考虑参评者对事物思考的模糊模糊性，而提出的权重确定方法。

（1）构建矩阵。基于评价指标体系，选取15位从事旅游地理学、旅游经济学、旅游管理学等研究专家，使用1~9标度主观打分，根据打分结果建立模糊矩阵$K = (r_{ij})_{n \times n}$。式中：$r_{ij}$表示两个指标间的相对重要程度，$l_{ij}$、$m_{ij}$和$\mu_{ij}$则表示任意两个指标可能存在的最低、中等和最高相对重要程度。

（2）模糊权重。对矩阵 运用归一化方法进行计算，得出各指标 的模糊权重 。计算公式为：

$$F_i = \sum_{j=1}^{n} r_{ij} \times \left(\sum_i^n \sum_j^n r_{ij} \right)^{-1}, i = 1,2,\cdots,n \quad (3)$$

（3）模糊权重去精确化。运用可能度计算方法将模糊权重转变为精确值。若$M_1(l_1,m_1,u_1)$和$M_2(l_2,m_2,u_2)$是三角模糊数，$M_1 \geq M_2$的可能度$v(M_2 \geq M_2)$的计算公式如下：

$$v(M_1 \geq M_2) = \frac{l_2 - u_1}{(m_1 - u_1) - (m_2 - l_2)},\ m_1 \leq m_2, u_1 \geq l_2,\ 0 < v < 1 \quad (4)$$

$$A_i = min\ v(M \geq M_i), i = 1,2\cdots,k \quad (5)$$

再根据公式（5）得到排序向量A_i，并归一化得到指标 的权重 。

2.4　入境旅游目的地竞争力评价模型建立

入境旅游目的地竞争力强的研究单元不一定是旅游资源吸引力最强的区域，因此在区域制定对策

时,从旅游产业发展能力与旅游组织接待能力来考虑,更有利于提高研究单元的竞争力水平的实践能力[28]。本文采用以下模型进行计算:

$$D = A + B + C \tag{6}$$

式中:D 代表入境旅游目的地竞争力指数;A 代旅游资源吸引力指数;B 代表旅游目的地旅游产业实力指数;C 代表旅游组织接待能力指数。A、B、C 分别通过加权求和法求取:

$$A = \sum_{i=1}^{4} W_{ej} \times Y_{eij} \qquad B = \sum_{i=1}^{5} W_{sj} \times Y_{sij}$$

$$C = \sum_{i=1}^{6} W_{acj} \times Y_{acij} \tag{7}$$

式中:W_{ej}、W_{sj}、W_{aj}分别为旅游资源吸引力、旅游产业发展能力与旅游组织接待能力的指标权重;Y_{eij}、Y_{sij}、Y_{acij}分别为吸引力指数、产业发展能力和组织接待能力指标的标准化值。

2.5 ArcGIS 的 Voronoi 图分析

以内蒙古县级行政区划图为底图,在 ArcView GIS 平台下,编辑生成 Shape 格式的内蒙古行政区划图(1 : 6 200 000)。利用 ArcGIS 软件,在图上创建点状要素,输入入境旅游竞争力指数为属性,命名主题为"旅游竞争力核心城市",执行"Assign Proximity"命令生成 Voronoi 图,得到各旅游竞争力核心城市在最短空间距离意义上的竞争领地,尔后,将旅游竞争力核心城市、旅游线路和核心城市的竞争领地分别视为葩嵌、廊道和基底[29],对其内蒙古自治区旅游竞争力空间格局进行分析。

2.6 障碍度模型

研究区旅游竞争力由旅游资源吸引力、产业实力和组织接待能力 3 个维度共同作用形成,但这 3 个维度在不同县域的作用程度存在一定差异,很难明确各研究单元入境旅游竞争力的具体影响因素,因此,通过引入因子贡献度(U_j)、指标偏离度(V_j)和障碍度(M_j)3 个指标进行障碍因子诊断[30],对其影响入境旅游竞争力的关键影响因素进行识别,对其影响机制进行分析。障碍度模型为:

$$U_j = w_j \tag{8}$$

$$V_j = 1 - P_{ij} \tag{9}$$

$$M_j = (U_j \times V_j) \Big/ \sum_{1}^{15} (U_j \times V_j) \tag{10}$$

式中:因子贡献度(U_j)代表单项指标对总目标的影响程度,即单项指标的权重(w_j);指标偏离度(V_j)表示单项指标与区域整体旅游竞争力发展目标之间的差距,即单项指标标准化值(p_{ij})与 100% 之差[31];M_j 代表指标的障碍度。

3 结果分析

3.1 入境旅游竞争力评价结果

3.1.1 *旅游资源吸引力分析* 从旅游资源吸引力指数看(表 2),强吸引力区、较强吸引力区、中等吸引力区和弱吸引力区占总面积的比为 9.04%、27.6%、41.22%和 22.14%。强吸引力区主要包括阿拉善左旗、达拉特旗、东胜区、乌审旗和满洲里市 6 个县域;较强吸引力区包括阿尔山市、额尔古纳市、克什克腾旗、多伦县、达尔罕茂明安联合旗、伊金霍洛旗、额济纳旗等 26 个县域;中等吸引力区主要包括鄂伦春自治旗、莫力达瓦达斡尔族自治旗、扎鲁特旗、阿巴嘎旗、四子王旗等 27 个县域;弱吸引力研究单元包括苏尼特左旗、苏尼特右旗、镶黄旗、正蓝旗、丰镇市、商都县、固阳县等 30 个县域。总体来看,旅游资源吸引力较强,但差异性显著(图 **3a**);旅游资源的知名度和丰富度成为旅游资源吸引力空间格局根本原因;内蒙古旅游资源吸引力空间整体上呈现西部强吸引力,东部一般吸引力,中部弱吸引力格局特征,但受旅游节庆个数影响,局部破碎化特征明显。

3.1.2 *旅游产业实力分析* 从旅游产业发展能力指数看(表 2),强产业实力区、较强产业实力区、中等产业实力区和弱产业实力区占总面积的比为 9.13%、27.22%、34.53%和 29.12%。强产业实力区包括阿拉善左旗、达拉特旗、东胜区、伊金霍洛旗和阿尔山市 5 个县域;较强产业实力区包括额尔古纳市、鄂伦春自治旗、克什克腾旗、杭锦旗、鄂托克旗、杭锦旗、额济纳旗、阿拉善右旗等 16 个县域;中等产业实力区主要包括根河市、陈巴尔虎旗、牙克石市、扎赉特旗、东乌珠穆沁旗等 32 个县域;弱产业实力区包括新巴尔右旗、鄂温克自治旗、扎兰屯市、巴林右旗、乌拉特后旗等 36 个县域。总体来看,内蒙古地区旅游产业实力水平较低,且分化明显(图 **3b**);旅游外汇收入是影响旅游产业发展能力空间布局的根本因素,恩格尔系数与旅游经济联系强度对于旅游产业发展发展能力具有积极的促进作用;海外游人数量与旅游外汇收入空间上存在明显不一

表 2　内蒙古入境旅游目的地旅游竞争力评价结果

Tab. 2　Evaluation result of tourism competitiveness of Inner Mongolia inbound tourism destination

地区	旅游资源吸引力(*A*)	旅游产业实力(*B*)	旅游接待能力(*C*)	旅游竞争力(*D*)	地区	旅游资源吸引力(*A*)	旅游产业实力(*B*)	旅游接待能力(*C*)	旅游竞争力(*D*)
呼和浩特市市辖区	15.0	7.2	12.1	34.3	扎兰屯市	12.7	1.3	2.3	16.3
包头市市辖区	11.2	3.8	11.2	26.2	乌拉特前旗	16.3	1.1	2.3	19.7
东胜区	29.0	8.3	10.6	47.9	翁牛特旗	5.8	2.1	2.3	10.2
赤峰市市辖区	5.7	2.0	10.2	17.9	乌审旗	26.0	3.9	2.3	32.2
通辽市市辖区	7.0	2.8	9.2	19.0	扎鲁特旗	9.2	2.5	2.2	13.9
呼伦贝尔市市辖区	19.3	2.2	8.1	29.6	鄂托克前旗	18.0	2.8	2.1	22.9
临河区	28.7	2.7	8.4	39.8	鄂托克旗	17.0	5.9	2.1	25
伊金霍洛旗	20.3	10.9	7.4	38.6	西乌珠穆沁旗	8.0	2.6	2.1	12.7
克什克腾旗	17.7	3.9	6.1	27.7	磴口县	21.5	2.8	2.1	26.4
集宁区	27.2	1.1	6.4	34.7	宁城县	20.4	3.9	1.8	26.1
二连浩特市	11.1	4.9	6.5	22.5	清水河县	2.9	3.3	1.8	8.0
达拉特旗	23.7	11.8	5.2	40.7	科尔沁左翼中旗	8.1	2.5	1.7	12.3
阿尔山市	19.7	7.8	5.2	32.7	四子王旗	11.6	2	1.6	15.2
准格尔旗	16.1	4.7	4.6	25.4	凉城县	4.8	1.5	1.6	7.9
满洲里市	29.2	2.3	5.0	36.5	丰镇市	0	1.2	1.5	2.7
乌兰浩特市	11.6	2.2	4.5	18.3	鄂伦春自治旗	11.4	3.5	1.4	16.3
额尔古纳市	20.4	4.9	4.2	29.5	武川县	3.1	2.9	1.3	7.3
土默特左旗	20.0	3.7	4.3	28	库伦旗	4.6	0.9	1.4	6.9
锡林浩特市	9.9	2.0	4.0	15.9	科尔沁右翼中旗	6.6	2.2	1.2	10.0
达尔罕茂明安联合旗	19.3	1.9	3.9	25.1	卓资县	3.5	1.5	1.4	6.4
乌海市	9.3	1.7	3.9	14.9	喀喇沁旗	18.6	2.6	0.7	21.9
阿拉善左旗	36.1	12.2	3.5	51.8	察哈尔右翼前旗	0	1.1	0.9	2.0
霍林郭勒市	17.1	2.0	3.5	22.6	敖汉旗	0	1.7	0.9	2.6
和林格尔县	8.2	2.4	3.4	14	正镶白旗	0.7	1.9	0.8	3.4
杭锦旗	13.8	3.9	3.3	21	阿巴嘎旗	7.8	0.7	0.7	9.2
科尔沁左翼后旗	9.2	4.9	3.2	17.3	苏尼特左旗	2.1	0.7	0.6	3.4
东乌珠穆沁旗	11.2	2.1	3.2	16.5	太仆寺旗	4.8	3.6	0.6	9.0
奈曼旗	9.3	1.8	3.2	14.3	巴林右旗	9.9	1.4	0.6	11.9
根河市	6.9	3.2	3.2	13.3	莫力达瓦达斡尔族旗	6.6	1.5	0.6	8.7
陈巴尔虎旗	22.6	2.1	3.1	27.8	察哈尔右翼中旗	15.1	1.3	0.5	16.9
额济纳旗	21.0	5.0	3.1	29.1	正蓝旗	5.1	1.0	0.5	6.6
五原县	15.4	3.8	3.1	22.3	阿鲁科尔沁旗	0	0.4	0.4	0.8
托克托县	4.8	1.6	3.08	9.48	察哈尔右翼后旗	0	1.8	0.4	2.2
开鲁县	18.3	1.8	3	23.1	科尔沁右翼前旗	6.4	0.7	0.4	7.5
巴林左旗	6.9	1.9	2.9	11.7	兴和县	9.5	2.7	0.3	12.5
新巴尔虎右旗	5.7	0.9	2.8	9.4	阿荣旗	4.5	0.6	0.3	5.4
杭锦后旗	14.9	1.3	2.8	19	乌拉特后旗	4.3	1.3	0.2	5.8
土默特右旗	8.2	1.7	2.6	12.5	苏尼特右旗	0	1.2	0.2	1.4
鄂温克族自治旗	15.0	1.3	2.6	18.9	突泉县	2.5	1.1	0.1	3.7
新巴尔虎左旗	11.5	1.9	2.5	15.9	化德县	0	0.2	0.1	0.3
阿拉善右旗	19.0	3.9	2.5	25.4	镶黄旗	4.7	0.1	0.1	4.9
乌拉特中旗	9.2	1.5	2.4	13.1	商都县	0	1.1	0.1	1.2
多伦县	13.7	2.4	2.4	18.5	固阳县	3.1	0.9	0.1	4.1
牙克石市	11.5	2.7	2.3	16.5	林西县	0	1.7	0	1.7
扎赉特旗	4.6	1.8	2.3	8.7	–	–	–	–	–

注:研究区共辖 102 旗、县、区,由于市区所辖各区相似性较强,因此将市区视为一个县域单元,计算共有 89 个县域单元

致性,因此,需要深化旅游产品,促进入境游客旅游消费。

3.1.3　旅游组织接待能力分析　从旅游组织接待能力指数看(表2),强接待能力区、较强接待能力区、中等接待能力区和弱接待能力区占总面积比为5.11%、8.47%、59.72%和26.70%。强接待能力区包括呼和浩特市市区、东胜区、包头市市区、赤峰市市区、通辽市市区、呼伦贝尔市市区、临河区7个县域;较强接待能力区包括额尔古纳市、鄂伦春自治旗、克什克腾旗、杭锦旗、鄂托克旗、杭锦旗、额济纳旗、阿拉善右旗等16个县域;中等接待能力区主要有陈巴尔虎旗、东乌珠穆沁旗、西乌珠穆沁旗、宁城县35个县域;弱接待能力区包括鄂伦春自治旗、莫力达瓦达斡尔族自治旗、阿荣旗、科尔沁右翼前旗等31个县域。总体来看,内蒙古县域旅游组织接待能力不强,且分异明显;接待能力以各中心城区为最高,且随着距离中心城区距离增加不断衰减,呈现出距离衰减规律;究其原因是城区基础设施完善,旅游服务水平较高,交通便利,为入境旅游业发展提供了更好发展条件。

3.1.4　入境旅游竞争力分析　从入境旅游竞争力指数看(表2),强竞争力区、较强竞争力区、中等竞争力区与弱竞争力区占总面积的比重分别为10.10%、28.13%、41.07%和20.7%。强竞争力区包括:达拉特旗、伊金霍洛旗、东胜区、阿拉善左旗、阿尔山市;较强竞争力区包括满洲里市、额尔古纳市、呼伦贝尔市市辖区、达尔罕茂明安联合旗等28个县域;中等竞争力区包括鄂伦春自治旗、鄂温克族自治旗、东乌珠穆沁旗、巴林左旗、正蓝旗等29个县域;弱竞争力区包括新巴尔虎右旗、阿荣旗、莫力达瓦达斡尔族自治旗等27个县域[32]。总体来看,内蒙古县域入境旅游目的地旅游竞争力较弱,且分异明显(图3d);强竞争力县域分布在西部地区,较强竞争力县域分布在行政区划的边界,中等竞争力县域分布在中东部地区,弱竞争力县域呈现破碎化分布特征。

3.2　竞争力空间格局特征

利用ArcGIS的Voronoi图分析,将旅游竞争力县域、旅游线路和核心县域的竞争领地分别视为蓖嵌、廊道和基底,对其内蒙古地区入境旅游目的地的旅游竞争力空间格局进行分析(图4)。

从Voronoi图分析可以看出:

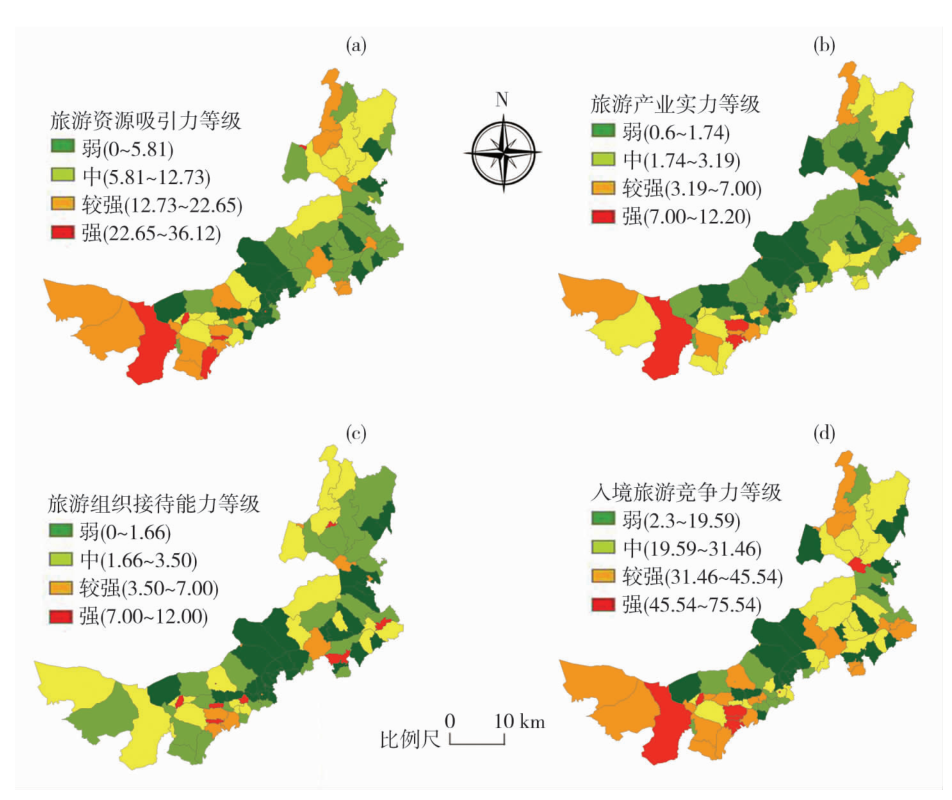


图3　内蒙古县域旅游资源吸引力、产业实力、组织接待能力及竞争力空间分布

Fig. 3　Attraction of tourism resources, industrial strength, organizational reception ability and spatial distribution of competitiveness in Inner Mongolia

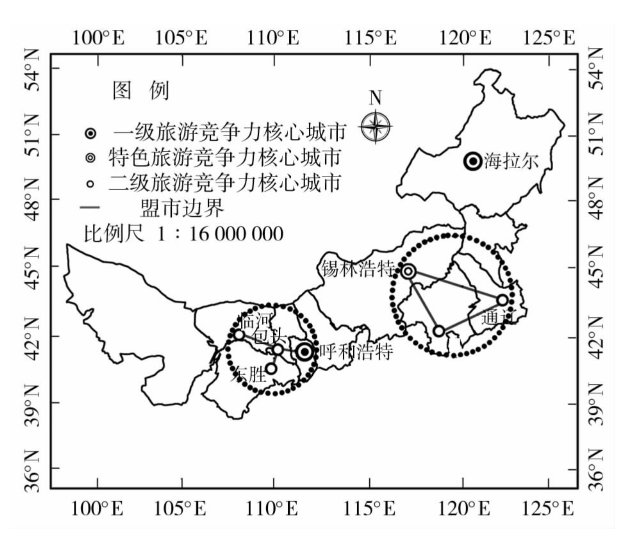


图 4 内蒙古各县域竞争力空间特征

Fig. 4 Spatial characteristics of the competitiveness of various counties in Inner Mongolia

(1) 研究区强竞争力县域的竞争范围越大,说明强竞争力县域区位条件越有利于竞争力辐射作用的发挥;从 Voronoi 多边形的内部结构来看,强竞争力县域(除阿尔山市)多数处于竞争领地的边缘。

(2) 研究区较强竞争力县域,呈现各县域竞争力较之竞争领地小的特点,核心地位容易受到动摇;从发展视角来看,这些地区有形成强竞争力县域的可能。

(3) 研究区强竞争力县域与较强县域在空间布局上具有一定的集聚性,地理位置相近的各县域通过旅游线路实现了网络化,最终在呼和浩特、包头、鄂尔多斯和赤峰、通辽、锡林郭勒形成两大竞争力集聚区[29]。

3.3 入境旅游目的地旅游竞争力障碍因素识别及其作用机制分析

根据障碍度模型,计算内蒙古县域 2016 年入境旅游目的地竞争力发展的障碍度。从准则层来看,障碍度指数排名为旅游资源吸引力(39.65%),旅游产业实力(35.43%),旅游接待能力(24.92%);从指标层障碍度来看,位于前 5 名的单项指标分别是:旅游资源质量(19.47%),旅游外汇收入(13.08%),旅游经济联系强度(10.95%),住宿餐饮业从业人员数量(9.61%),国际旅行社数为(8.15%)。整体来看,研究区入境旅游发展主要困境是旅游资源开发层次低,缺乏高品质旅游产品;入境旅游产业单一,旅游外汇收入低;国际旅行社、旅游饭店及服务人员等要素匮乏,限制了内蒙古入境旅游活动的接待能力。具体分析如下:

(1) 旅游资源质量。在各指标因子与旅游竞争力障碍度分析中,障碍度最强是旅游资源质量,表明旅游资源质量是各县域入境旅游目的地旅游竞争力最重要影响因素。与其他因素相比,旅游资源质量对于研究单元入境旅游竞争力的影响更为显著和直接,旅游资源的质量高低使入境旅游竞争力呈现"集聚"与"分散"的空间格局;进一步分析发现旅游资源竞争力与旅游产业发展实力、旅游接待能力不协调发展是造成内蒙古入境旅游竞争力整体水平偏低的另一重要原因,近年来,随着旅游业迅速发展,旅游资源开发呈现"遍地开花"之势,但旅游市场不完善与旅游接待能力不足;如近年来,阿拉善盟的沙漠与胡杨林旅游资源知名度不断提高,游客人数逐年攀升,但旅游组织接待能力较弱,旅游资源吸引力与旅游接待组织能力不协调发展,成为当地旅游业发展的瓶颈。

(2) 旅游外汇收入与旅游经济联系强度。旅游外汇收入与旅游经济联系强度障碍度指数仅次于旅游资源质量;在旅游外汇收入分析中发现,旅游外汇收入与海外游客数量存在不协调问题,即接待同等游客量,但外汇收入却差距显著,成为制约部分县域旅游竞争力的因素;究其原因,内蒙古地区旅游活动多为观光旅游,如草原、沙漠观光游等,粗放式旅游开发造成旅游产品单一、同质化严重,刺激游客消费能力有限。旅游经济联系强度中,可达性成为各县域旅游竞争力中重要的影响因素,可达性越高,旅游经济联系强度越大,赢得旅游发展机会越多,对各研究单元入境旅游业的发展具有重要的作用。

(3) 住宿餐饮业从业人员数量与国际旅行社。住宿餐饮从业人员数与国际旅行社数因子障碍度指数排在第四、五位,表明两个因子对入境旅游目的地竞争力影响较大。近年来,随着内蒙古自治区旅游业的发展以及精品旅游线路的建设,旅游基础设施水平普遍提高,特别是交通领域的建设增加突出,但对于入境旅游而言,离不开住宿餐饮服务人员的参与;住宿餐饮人数及国际旅行社个数与其它因素相比,直接影响游客的旅游体验质量,因此,对于入境旅游发展而言,硬件建设很容易达到游客的需求,软件的建设更是一个地区入境旅游业发展的重要方面。

旅游资源质量是旅游活动产生和发展的基础,是影响旅游竞争力的空间分布的主要因素;旅游产

业实力与旅游接待能力对旅游资源质量影响的竞争力空间格局进行重组;在此过程中,旅游资源吸引力、旅游产业实力、旅游接待能力构成了旅游地区位环境;由于旅游地发展阶段不同,区位环境呈现显著差异;其中,旅游资源质量、外汇收入、经济联系强度、国际旅游社数量、住宿餐饮从业人数是入境旅游地区位环境重要因素,也是旅游地核心竞争要素;并在其竞争过程中转化为获取旅游动机优势、产业集聚优势、旅游发展保障优势;从而促使旅游地形成不同竞争结果(图5)。

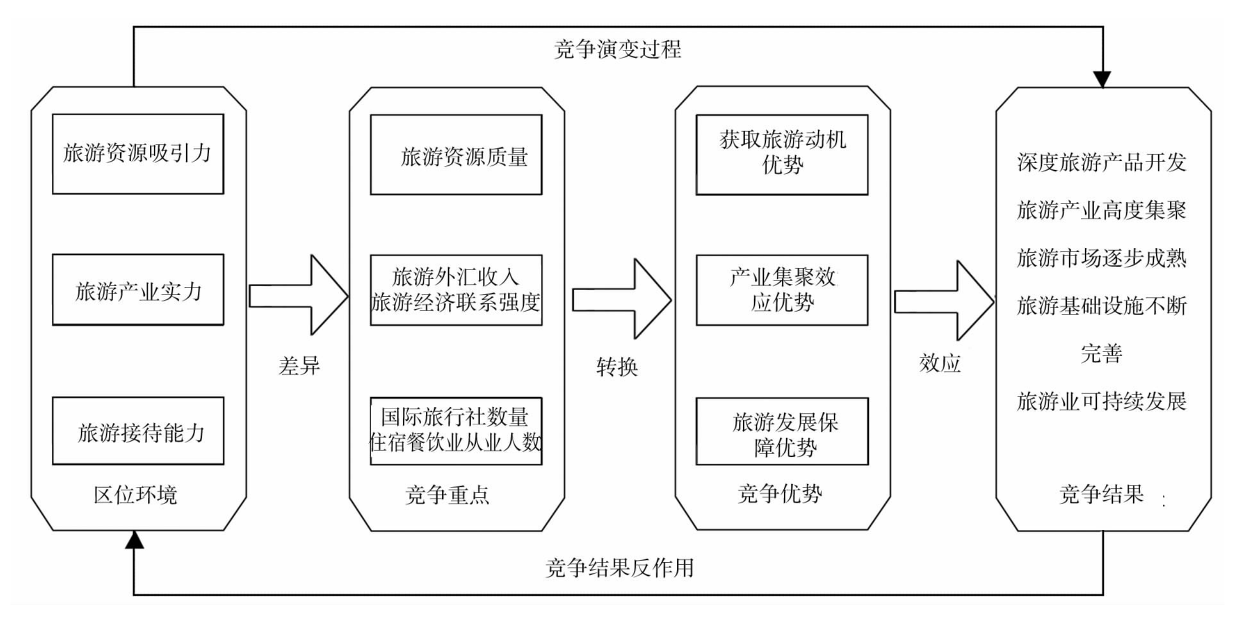


图5 内蒙古入境旅游目的地旅游竞争力机制图

Fig 5 Tourist competitiveness mechanism of inbound tourism destination in Inner Mongolia

4 结 论

入境旅游目的地竞争力评价的难点在于对旅游资源吸引力、旅游产业实力和旅游组织接待能力3个核心概念实现替代指标的选取和定量化。本文虽然对旅游资源吸引力、旅游产业实力、旅游组织接待能力概念、内涵及评价框架进行了界定,但缺少对其时间尺度变化的研究等问题的研究,这需要在后续研究中完善。本文以县域为基本单元,侧重探讨特定空间的入境旅游竞争力程度分异特征和影响因素,由于入境旅游竞争力的研究具有"尺度效应",为进一步揭示入境旅游目的地旅游竞争力的特征,需要对其宏观尺度竞争力与微观尺度竞争力进行"整合"研究,进而分析各县域入境旅游竞争力差异形成的原因与机理,从而深入理解入境旅游目的地旅游竞争力机制的复杂性。

内蒙古作为中蒙俄经济走廊建设的重要参与者,入境旅游业发展将不断加快,根据对内蒙古地区入境旅游目的地的旅游竞争力的研究,提出以下建议:一是加快将旅游资源转化为旅游产品步伐,积极培育知名旅游品牌,提升其旅游产品的知名度;二是重点关注内蒙古中部地区入境旅游业的发展,并有针对性的制定旅游扶持对策,加快其入境旅游业的发展速度,从而实现内蒙古旅游业走"横向联合、圈式发展"合作道路。

5 讨 论

(1)内蒙古旅游资源吸引力空间格局呈现出西部大于东部,东部大于中部,其中,草原、沙漠、胡杨林等自然景观对于旅游资源吸引力具有重要影响;旅游产业实力与旅游资源吸引力空间格局特征呈现相似性特征;旅游组织接待能力空间格局呈现破碎化特征,接待能力较强区域出现各盟市市区;旅游目的地竞争力空间上呈现西部地区竞争力高,东部地区中等竞争力,中部地区弱竞争力的特征,且竞争力较强的县域多分布在内蒙古行政区边界。

(2)区位条件有利于旅游竞争力辐射作用的发挥,特别是交通可达性对于入境旅游目的地旅游竞争力具有重要影响,从Voronoi多边形的内部结构来看,强竞争力县域(除阿尔山市)多数处于竞争领地的边缘。强竞争力县域与较强县域在空间布局上

具有一定的集聚性,地理位置相近的各县域通过旅游线路实现了网络化,最终在中西部和东部形成两大竞争力集聚区。

(3)障碍度分析显示,准则层中障碍度指数由大到小排名为:旅游资源吸引力(39.65%),旅游产业实力(35.43%),旅游接待能力(24.92%);从指标层障碍度来看,位于前5名的单项指标分别是:旅游资源质量(19.47%),旅游外汇收入(13.08%),旅游经济联系强度(10.95%),住宿餐饮业从业人员数量(9.61%),国际旅行社数为(8.15%);目前,旅游资源吸引力与旅游组织接待能力相差悬殊是造成内蒙古入境旅游目的地旅游竞争力不平衡的主要原因,旅游产业实力差异加剧了竞争力的差异化。

参考文献(References)

[1] CROUCH G I,RITCHIER J R B. Tourism competitiveness and societal prosperity[J]. Journal of Business Research,1999,44:137-152.

[2] DWYER L,KIM C. Destination competitiveness:Determinants and indicators[J]. Current Issues in Tourism,2003,6(5):369-413.

[3] 徐淑梅,杨铭铎. 我国区域旅游竞争力分布格局[J]. 经济地理,2008,28(5):876-881. [XU Shumei,YANG Mingduo. The pattern of regional tourism competitiveness distribution in China[J]. Economic Geography,2008,28(5):876-881.]

[4] 朱应皋,万绪才. 旅游业国际竞争力定量评价理论研究——全球旅游12强(国)实例分析[J]. 南京财经大学学报,2003,(5):12-17. [ZHU Yinggao,WAN Xucai. Research on quantitative evaluation of international competitiveness of tourism:A case study of 12 global tourism Countries[J]. Journal of Nanjing University of Finance and Economics,2003,(5):12-17.]

[5] 孙盼盼,戴学锋. 中国区域旅游经济差异的空间统计分析[J]. 旅游科学,2014,28(2):35-48. [SUN Panpan,DAI Xuefeng. An analysis on the spatial data of China's regional tourism economic disparity[J]. Tourism Science,2014,28(2):35-48.]

[6] 汪德根,陈田. 中国旅游经济区域差异的空间分析[J]. 地理科学,2011,31(5):528-536. [WANG Degen,CHEN Tian. Spatial analysis for regional difference of tourism economy in China[J]. Geographical Science,2011,31(5):528-536.]

[7] 张河清,田晓辉,王蕾蕾. 区域旅游业竞合发展实证研究:基于珠三角与长三角城市旅游竞争力的比较分析[J]. 经济地理,2015,30(5):871-875. [ZHANG Heqing,TIAN Xiaohui,WANG Leilei. The cooperation-competition development in regional tourism industry:Based on the comparative analysis of city tourism competitiveness between Pearl River Delta and Yangtze River Delta[J]. Economic Geography,2015,30(5):871-875.]

[8] 黄松,李燕林,戴平娟. 智慧旅游城市旅游竞争力评价[J]. 地理学报,2017,72(2):242-255. [HUANG Song,LI Yanlin,DAI Pingjuan. Evaluation of tourism competitiveness of Chinese smart tourism city[J]. Acta Geographica Sinica,2017,72(2):242-255.]

[9] 黄薇,徐进进,马远军,等. 基于ESDA的省域旅游综合竞争力的区域差异空间分析[J]. 浙江师范大学学报(自然科学版),2013,36(1):108-114. [HUANG Wei,XU Jinjin,MA Yanjun,et al. Analyzing spatial disparities analysis of provincial tourism competitiveness based on ESDA[J]. Journal of Zhejiang Normal University(Natural Sciences),2013,36(1):108-114.]

[10] 何艳冰,黄晓军,翟令鑫,等. 西安快速城市化边缘区社会脆弱性评价与影响因素[J]. 地理学报,2016,71(8):1315-1328. [HE Yanbing,HUANG Xiaojun,ZHAI Lingxin,et al. Assessment and influencing factors of social vulnerability to rapid urbanization in urban fringe:A case study of Xi'an[J]. Acta Geographica Sinica,2016,71(8):1315-1328.]

[11] 温碧燕,梁明珠. 基于因素分析的区域旅游竞争力评价模型研究[J]. 旅游学刊,2007,22(2):18-22. [WEN Biyan,LIANG Mingzhu. Study on evaluation model of regional tourism competitiveness based on factor analysis[J]. Tourism Tribune,2007,22(2):18-22.]

[12] MAYAKA M,AKAMA J S. Approach to tourism and education:The Kenyan case study[J]. Tourism Management,2007,(28):289-306.]

[13] 曹芳东,黄震方,吴江,等. 城市旅游竞争潜力时空格局演化及其结构合理性评价——以长江三角洲地区为例[J]. 地理科学,2012,32(8):944-949. [CAO Fangdong,HUANG Zhenfang,WU Jiang,et al. Spatial and temporal patterns and structure rationality evaluation of urban tourism competition potential:A case study of Changjiang River Delta[J]. Geographical Science,2012,32(8):944-949.]

[14] 刘中艳,罗琼. 省域城市旅游竞争力测度与评价——以湖南省为例[J]. 经济地理,2012,32(8):944-949. [LIU Zhongyan,LUO Qiong. Measurement and evaluation of tourism competitiveness of provincial city:A case study of Hunan Province[J]. Economic Geography,2015,35(5):186-192.]

[15] DWYER L,FORSYTH P,RAO P. The price competitiveness of traveland tourism:A comparison of 19 destinations[J]. Tourism Management,2000,21(1):9-22.

[16] 许海清,孙桂里. 丝绸之路经济带建设背景下内蒙古对蒙古国边境口岸物流节点建设研究[J]. 物流科技,2015,38(9):23-28. [XU Haiqing,SUN Guili. Study of Inner Mongolia-Mongolia frontier port logistics nodes constructing under the background of "silk-road economic belt" strategy [J]. Logistics Sci-tech,2015,38(9):23-28.]

[17] ALBERT M A. Travel behaviour in Ghana:Empirical observations from four metropolitan areas[J]. Journal of Transport Geography,2011,19(2):313-322.

[18] 黎洁,赵西萍. 论国际旅游竞争力[J]. 商业经济与管理,1999,(4):63-65,68. [LI Jie,ZHAO Xiping. International tourism competitiveness[J]. Journal of Business Economics,1999,(4):63-65,68.]

[19] 中华人民共和国文化和旅游部. 旅游资源分类调查与评价标准[EB/OL]. http://www.cnta.gov.cn/,2017-03-12. [China Tourism Internet. Tourism resource classify survey and evaluate standard[EB/OL]. http://www.cnta.gov.cn/,2017-03-12.]

[20] 王汉祥,马占新,赵海东. 中国西部区域旅游竞争力动态分析[J]. 内蒙古大学学报(哲学社会科学版),2014,46(5):98-105. [WANG Hanxiang,MA Zhanxin,ZHAO Haidong. Dynamic analysis of China's Western Region tourism competitiveness[J]. Journal of Inner Mongolia University(Philosophy and Social Sciences),2014,46(5):98-105.]

[21] HUYBERS T,BENNETT J. Environmental management and the competitiveness of nature-based tourism destinations[J]. Environmental and Resource Economics,2003,24: 213-233.

[22] ALBERT M A. Travel behaviour in Ghana:Empirical observations from four metropolitan areas[J]. Journal of Transport Geography,

2011,19(2):313－322.

[23] 王琪延,罗栋. 中国城市旅游竞争力评价体系构建及应用研究:基于我国293个地级以上城市的调查资料[J]. 统计研究,2009,26(7):49－54. [WANG Qiyan, LUO Dong. Construction and application of Chinese city tourism competence evaluation system: A study on data of 293 Chinese cities at prefecture-level or above[J]. Statistical Research,2009,26(7): 49－54.]

[24] 刘名俭,邹丽君. 基于TTCI的中国旅游产业国际竞争力评价[J]. 经济地理,2011,31(3):518－522. [LIU Mingjian, ZOU Lijun. The evaluation of the international competitiveness of China's tourism industry based on the TTCI[J]. Economic Geography,2011,31(3):518－522.]

[25] 张百珍. 中国旅游服务贸易国际竞争力比较与发展中旅游强国比较[J]. 经济研究导刊,2012,(3):196－197. [ZHANG Baizhen. Comparison of international competitiveness of China's tourism service trade: Comparison with developing countries in tourism[J]. Journal of Economic Research,2012,(3):196－197.]

[26] CROES R. Measuring and explaining competitiveness in the context of small island destinations[J]. Journal of Travel Research,2011,50(4):431－442.

[27] 李文龙,林海英. 城市旅游发展潜力评价体系构建及实证研究[J]. 内蒙古师范大学学报(自然科学版),2015,44(4):499－505,512. [LI Wenlong, LIN Haiying. Construction and empirical study of city tourism development potential evaluation system[J]. Journal of Inner Mongolia Normal University (Natural Science Edition),2015,44(4):499－505,512.]

[28] 陈佳,杨新军,尹莎,等. 基于VSD框架的半干旱地区社会－生态系统脆弱性演化与模拟[J]. 地理学报,2016,(7):1172－1188. [CHEN Jia, YANG Xinjun, YIN Sha, et al. The vulnerability evolution and simulation of the social-ecological systems in the semi-arid area based on the VSD framework[J]. Acta Geographica Sinica,2016,71(7):1171－1188.]

[29] 郄春燕. 内蒙古中部地区中心旅游圈的构建及旅游资源空间结构分析[D]. 呼和浩特:内蒙古师范大学,2010. [QIE Chunyan. A research on building the central tourist zone and analyzing the spatial pattern of tourist resources in the central areas of Inner Mongolia[D]. Hohhot: Inner Mongolia Normal University,2010.]

[30] 李春燕,南灵. 陕西省土地生态安全动态评价及障碍因子诊断[J]. 中国土地科学,2015,29(4):72－81. [LI Chunyan, NAN Ling. Dynamic evaluation and diagnosis of obstacle factors on land eco-security in Shaanxi Province[J]. China Land Sciences,2015,29(4):72－81.]

[31] 任桐,刘继生,吉林省旅游竞争力的空间维度及其障碍度分析[J]. 经济地理,2011,31(12):2138－2143. [REN Tong, LIU Jisheng. Analysis on spatial latitude and obstacle of tourism competition in Jilin Province[J]. Economic Geography,2011,31(12):2138－2143.]

[32] 刘浩日娃. 内蒙古旅游经济地域分区与开发研究[D]. 呼和浩特:内蒙古师范大学,2012. [LIU Haoriwa. Study on regional zoning and development of Inner Mongolia tourism economy[D]. Hohhot: Inner Mongolia Normal University,2012.]

Spatial pattern and influencing factors of the competitiveness of inbound tourism destinations in Inner Mongolia

LI Wen-long[1,2], LYU Jun[3], WANG Shan[2]

(1 *College of Urban and Environmental Sciences, Northwest University, Xi'an* 710127, *Shaanxi, China*;
2 *Inner Mongolia Finance and Economics College, Hohhot* 010070, *Inner Mongolia, China*;
3 *Inner Mongolia University of Finance and Economics, Hohhot* 010070, *Inner Mongolia, China*)

Abstract: Based on the social and economic statistical data, tourism development data and space vector data of 89 counties in Inner Mongolia Autonomous Region, China, the evaluation framework and its index system about the inbound tourism destination competitiveness were established from three aspects, namely tourism resources attraction, tourism industry strength and tourist reception ability, using the fuzzy analytic hierarchy process (AHP) to determine weights, the function model method to calculate the competitiveness index, the ArcGIS software package to analyze the spatial pattern, and the obstacle degree model to analyze competitive obstacle factors and its mechanism of action. The conclusion is summarized as follows: (1) The tourism resources attraction and tourism industrial strength showed a spatial pattern as having the highest value in the west areas, the high value in the east areas, and the low value in the middle areas, while the tourist reception ability presents fragmentation characteristics from space distribution perspective. (2) The overall competitiveness displayed the following spatial pattern: the west is higher than the east, the east is higher than the middle, and the more competitive counties are distributed in the fringe areas of Inner Mongolia. (3) the counties with the strongest competitiveness and stronger competitiveness formed two competitive agglomeration areas in the Midwest and the east. (4) The index of obstacle degree in the criterion layer is listed in a descending order as follows: tourism resource attraction, tourism industry strength, tourist reception ability; from the perspective of the index of obstacle degree, the top five single indicators are: quality of tourism resources, tourism foreign exchange income, tourism economy connection strength, the number of employees in the hospitality industry, the number of international travel agency. (5) The wide difference existed in the tourism resources attraction and the tourist reception ability is the main reason causing the imbalance of tourism competitiveness about the inbound tourism destination in Inner Mongolia, while the difference in the tourism industry intensified the competitive differentiation.

Key words: inbound tourism; tourism competitiveness; spatial pattern; obstacle degree; Inner Mongolia